

**Fernando Segundo Moya**

## **La televisión de proximidad "alocal"**

**31 mar, 2010**

Giralda Televisión se está convirtiendo en un modelo de televisión de proximidad. Eso reitera su autopublicidad, que a la hora de la verdad es un modelo sobre todo en lo económico y programático que más bien puede definirse como "alocal". Vaya por delante la metedura de pata "global" sobre no informar acerca del "affaire" de Mercasevilla, bajo la peregrina argumentación de tratarse de asuntos judiciales. Lo que motivó a la Asociación de la Prensa de Sevilla, a través de su presidenta Nani Carvajal, a recriminar el Manual de Estilo de nuestra singular televisión, que podría convertirse en el "vocero del gobierno local". Anda como no de representante, faltaría más, en el Consejo de Administración de la Empresa matriz, el no menos singular concejal Rodrigo Torrijos, al que algunos sevillanos comienzan a llamar el "general Torrijos".

Pese a la protesta del director de la televisión, Antonio Silva, de falta de rigor al estudiar los informativos, contra el Consejo Andaluz de lo Audiovisual, que dicho sea de paso está para estas y otras cosas, éste se decidió por emitir un informe en el que vio como "inconstitucional" el veto de Giralda TV a la información sobre Mercasevilla, aludiendo que "no informar de procesos judiciales salvo que medie sentencia vulnera la Constitución por cuanto atenta contra el derecho de los ciudadanos a obtener información sobre los hechos con relevancia penal". ¿Es desconocimiento de la Constitución o las leyes, o se trata de una estratagema pueril interesada?...

Por otro lado, y lo venimos sosteniendo para la televisión autonómica desde estas páginas, el universo mediático que es a la vez global, nacional, regional y local, ha de entender en lo regional el implicarse con los sectores productivos y todo aquello que represente intereses colectivos, sociales y toda clase de relaciones con entidades, empresas, la cultura, etc., en definitiva comprometerse con el desarrollo, la tecnología, la investigación. Implicándose para hacer factible en lo económico el medio. Y ello trasvasado a lo local, exige programar desde lo que es más competitivo, lo próximo, desde una producción propia, más barata y competitiva, apoyada en las empresas audiovisuales locales, acostumbradas a trabajar a menores costes, con profesionales nacidos desde nuestras facultades, que por otra parte han venido siendo utilizados y sobreexplotados en prácticas empresariales a veces sin dieta alguna. Lo cual no está reñido con una producción de calidad, a su nivel, y con productos que interesen desde la ciudad de Sevilla a otras comunidades y fronteras.

¿Qué ocurre sin embargo? A pesar de defender Giralda TV que es un modelo de producción propia, nos encontramos con alrededor de 10 productoras que trabajan para ella. Gran parte de su producción dependiendo de Mediasur, filial de la gran productora nacional, Mediapro, titular de la Sexta y futuro gran poder mediático, entre otros programas "La Liga" del popular Rafael Almansa o "Sevilla Directo". Los informativos son responsabilidad de la empresa catalana Lavinia, a través de otra filial (ver Diario de Sevilla 25 – 02 – 2010). Y otros programas como el de variedades que lleva a cabo mi exalumno Ricardo Castillejo, lo produce ADM.

En fin, Mediapro está intentando fagocitar los informativos para ser ella también quién los produzca. Está en su justo derecho como empresa privada a conseguir más mercado, pero también la empresa municipal a impedirlo, apostando por otras sociedades del territorio local. Y más en una ciudad donde ha aumentado el paro, y es necesario apostar por su tejido empresarial. Máxime existiendo empresas locales muy profesionalizadas del sector audiovisual, a los que Giralda o sus antecesores, adeudan importantes cantidades y encima no se cuenta con ellas porque se contrata, externalizando no sólo la producción sino también las productoras. Haría bien Giralda TV que el Giraldillo no mirara al horizonte lejano, sino que bajara la cabeza para mirar a la propia ciudad, inclusive a sus olvidadas empresas.